

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Istilah "trophy wife" telah menjadi ekspresi yang umum namun diperdebatkan dalam wacana kontemporer. Istilah ini telah mengalami perkembangan makna dari segi komunikasi, dan penggunaan serta interpretasinya terus berubah seiring dengan adanya pengaruh sosial, budaya, dan media. Menelaah istilah tersebut melalui perspektif multifaset memungkinkan kita untuk tidak hanya memahami makna denotatifnya namun juga menganalisis secara kritis dinamika kekuasaan yang mendasarinya, ideologi gender, dan kegelisahan budaya yang tertanam dalam penggunaannya (Cosdon, 2021)

Menurut Cambridge Dictionary, istilah "trophy wife" mengacu pada seorang perempuan yang menarik, seringkali jauh lebih muda, dan menjadi simbol status bagi suaminya yang kaya dan sukses (Cambridge University Press & Assessment, 2024). Sumber otoritas utamanya adalah hubungan pernikahan dengan suaminya. Kontribusinya terhadap masyarakat tidak lebih dari sekedar daya tarik fisiknya. Dia hanya perlu dilihat dan tidak perlu didengar. Dia tidak memiliki otak, kecerdasan, apalagi hak pilihan dan otoritas pribadi. Istilah "trophy wife" menyiratkan bahwa perempuan adalah objek untuk dikoleksi dan dipamerkan, dan sering digunakan dengan cara yang merendahkan, yang menikah dengan suaminya hanya demi uang dan kesuksesannya (Alameen-Shavers, 2018).

Konotasi yang dimiliki istilah "trophy wife" bersifat negatif. Hal ini berkaitan dengan berbagai faktor sosial dan budaya yang berkontribusi terhadap depersonalisasi perempuan sebagai "trophy wife", dan dampak stereotip "trophy wife" terhadap kehidupan perempuan (Morgenroth & Ryan, 2018). Perempuan yang diberi label sebagai "trophy wife" mungkin dianggap kurang cerdas, kurang kompeten, dan kurang layak untuk dihormati. Dalam kehidupan rumah tangga,

perempuan yang diberi label ini lebih mungkin mengalami kekerasan dan pelecehan seksual (Alameen-Shavers, 2018).

Pada mulanya, seorang editor majalah Fortune, Julie Connelly, menciptakan istilah “trophy wife” dalam sampul majalahnya pada Agustus 1989. Beberapa tahun kemudian, ia menceritakan kepada majalah New York Times bahwa ia terinspirasi dari istilah *trophy building* dalam dunia real estat untuk tempat utama seperti Plaza Hotel di New York (Challo, 2018). Akhirnya istilah "trophy wife" menjadi semakin populer pada akhir abad ke-20, terutama di budaya Barat.

Akar dari istilah “trophy wife” dapat ditelusuri kembali ke perubahan sosial yang terjadi pasca Perang Dunia II. Setelah Perang Dunia II, perekonomian Barat mengalami pertumbuhan dan kemakmuran yang signifikan. Laki-laki yang mencapai kesuksesan finansial berusaha menunjukkan kekayaan dan status sosialnya melalui berbagai cara, termasuk pilihan pasangannya. Gagasan yang mendasarinya adalah bahwa laki-laki yang sukses dapat menarik istri yang cantik dan menarik sebagai bukti status sosial dan finansialnya (Challo, 2018).

Kemunculan istilah “trophy wife” bertepatan dengan kebangkitan gerakan feminis dan perubahan peran gender di dunia Barat. Perempuan semakin memperoleh kemandirian dan menantang norma-norma gender tradisional. Namun, konsep “trophy wife” mengekalkan gagasan bahwa nilai perempuan hanya didasarkan pada penampilan dan kemampuan mereka untuk mendapatkan pasangan yang kaya (Challo, 2018).

Fenomena umum “trophy wife” dapat dilihat dengan jelas pada pasangan Donald Trump dan Melania Trump (Ahmed, 2018). Donald Trump, seorang politisi Amerika dan pebisnis yang menjabat sebagai presiden Amerika Serikat ke-45, menikahi Melania Trump setelah bercerai sebanyak dua kali. Donald sesumbar kepada orang-orang bahwa ibu negara Melania Trump adalah "trophy wife"-nya. Dalam buku *Fire and Fury: Inside the Trump White House*, Trump

kerap menyombongkan diri kepada orang-orang "dengan bangga dan tanpa ironi" bahwa Melania—pasangan ketiganya—adalah "trophy wife" (Wolff, 2018).



Gambar 1.1 Potret Donald dan Melania Trump di White House

Sumber: Puente (2018)

Seiring berjalannya waktu, media memainkan peran penting dalam mempopulerkan istilah “trophy wife” dalam budaya populer. Pada tahun 1980-an dan 1990-an, dengan maraknya jurnalisme, tabloid, dan budaya selebriti, laki-laki-laki kaya dan sukses sering kali menjadi sorotan. Media, khususnya majalah tabloid dan kolom gosip, menampilkan hubungan penting di mana laki-laki yang lebih tua dan kaya terlihat bersama perempuan yang lebih muda dan menarik. Gambaran dan narasi ini menciptakan daya tarik terhadap konsep "trophy wife". Media menampilkannya sebagai gaya hidup yang diinginkan dan aspiratif, menggambarkan perempuan sebagai simbol kesuksesan, kekayaan, dan status (Lubis, 2014).

Konsep “trophy wife” dipopulerkan dan diabadikan oleh media, termasuk sastra, film, musik, dan acara televisi. Karakter dan alur cerita menampilkan hubungan antara laki-laki yang lebih tua dan kaya dengan perempuan yang lebih muda dan menarik secara konvensional. Penggambaran ini memperkuat anggapan bahwa memiliki “trophy wife” adalah tanda pencapaian dan pengakuan di masyarakat.

Sastra merupakan salah satu media yang mengawali istilah “trophy wife” menuju kepopulerannya (Challo, 2018). Buku *Long Night Moon* karya Theresa Weir pada 1995, menunjukkan bahwa sejak lama perempuan telah digambarkan sebagai objek. Buku bergenre roman kontemporer ini menceritakan sosok Sara Ivy, perempuan berperawakan sempurna yang memiliki suami tampan dan kaya raya, memiliki hidup yang jetset di masyarakat kelas atas Chicago. Sara dianggap tidak lebih dari pajangan bagi suaminya, dan harus menerima diperlakukan kasar karena ia hanya bisa bergantung pada suaminya (Weir, 1995).

Secara historis, sinema adalah media yang mayoritas dikendalikan oleh laki-laki, dan merupakan media massa yang paling efektif. Itulah alasan utama mengapa representasi perempuan selalu digambarkan sebagai objek seksual oleh sutradara laki-laki untuk penonton laki-laki (Sebastien, 2018). Industri perfilman membuat perempuan “dipandang” melalui penampilan, permainan, dan simbol hasrat laki-laki. Paradoksnya, perempuan ditempatkan pada posisi di mana mereka dianggap penting secara fisik demi proses narasi, namun pada saat yang sama tidak relevan jika menyangkut lapisan emosional dan tersembunyi dalam alur cerita. Kehadiran fisik mereka merupakan hal yang mendasar, tapi tidak lebih dari itu (Thornham, 2015).



Gambar 1.2 Cuplikan Adegan dalam Film *The Wolf of Wall Street*

Sumber: Nocera (2013)

Film *The Wolf of Wall Street* (2013) karya Scorsese adalah contoh yang bagus dalam menggambarkan “trophy wife” (Gavazzi, 2022). Film ini menggambarkan Naomi (Margot Robbie), istri kedua Jordan (Leonardo DiCaprio), dan tokoh utama perempuan. Naomi tetap menjadi objek sepanjang film yang hanya muncul dalam hubungannya dengan Jordan. Dia bertukar dialog hanya dengan Jordan dan seperti tidak memiliki kehidupan sendiri. Dia berbicara terutama tentang berkebun dan merawat rumah, dan tentang perempuan lain yang tidur dengan Jordan. Kontribusi utamanya pada film ini adalah estetika: kita melihatnya telanjang bulat di satu adegan, bertelanjang dada di adegan lain, dan sebagian besar mengenakan pakaian dalam dan gaun ketat. Melalui film seperti ini, laki-laki memperkuat hubungan patriarki dengan perempuan, sementara perempuan mengdepersonalisasi dirinya sendiri dan menerima peran mereka sebagai “pajangan” (Sebastien, 2018).

Dalam dunia musik, perempuan telah lama didepersonalisasi secara seksual. Hal ini tidak terbatas pada video yang menampilkan bintang laki-laki saja, karena artis perempuan kerap mengubah diri mereka menjadi objek seks dalam video musiknya sendiri (Hurst, 2020). Berdasarkan *Billboard Top 10 Music Chart* dari tahun 2006-2010, artis pop perempuan lebih sering menjadikan perempuan sebagai objek dibandingkan dengan artis hip-hop/R&B. Contoh yang tepat untuk menunjukkan konsep perempuan sebagai *trophy* adalah lagu *Dear Future Husband* (2015) yang dinyanyikan Meghan Trainor. Lirikinya menyampaikan pesan bahwa laki-laki dilahirkan untuk menjadi suami dan perempuan dilahirkan untuk menjadi istri, dan menghalangi kebebasan perempuan untuk memilih ingin menjadi siapa. Meskipun lagu ini dikemas secara ceria dengan lirik yang tampak memberdayakan perempuan dan modern, tetapi maknanya bersifat regresif akan peran gender tradisional yang heteronormative (Frisby & Behm-Morawitz, 2019).

Dalam video musik *Dear Future Husband*, Trainor menyanyikan tuntutan untuk calon suaminya: “*take me on a date*”, “*don’t forget the flowers every anniversary*”, dan “*treat me like a lady even when I’m acting crazy*.” Sebagai

balasan, penyanyi tersebut mengatakan bahwa dia akan “be the perfect wife.” Jelas hubungan yang digambarkan bukanlah hubungan di mana laki-laki dan perempuan setara, karena narasi yang dibangun dalam lagu ini menawarkan kenikmatan seksual sebagai hadiah dan mengkompromikan hak seksual perempuan. Trainor menjunjung konsep bahwa perempuan harus dipuja dan dipuji oleh laki-laki dan secara tidak langsung mengangkat konsep perempuan sebagai “trophy wife” (Deczynski, 2015).

Selanjutnya, konsep “trophy wife” juga ditemukan dalam acara televisi seperti *Modern Family*. Acara televisi asal Amerika Serikat yang diproduksi hingga 11 *season* ini, memiliki karakter Gloria Delgado-Pritchett yang digambarkan sebagai seorang *American trophy wife* dengan wajah cantik dan payudara besar. Karakter yang diperankan oleh Sofia Vergara ini menikah untuk yang kedua kalinya dengan Jay Pritchett, duda tua yang kaya raya, setelah menjalani kehidupan miskin dan ditelantarkan oleh mantan suaminya yang pertama. Sepanjang acara, Jay selalu mengagungkan Gloria karena kecantikannya dan menuruti semua kemauan istrinya ini (Krishnamurty, 2019).

Pernyataan sosok Gloria sebagai “trophy wife” diucapkan dalam *season 3*, episode 21, di mana Gloria tidak mau menaiki pesawat butut untuk terbang ke destinasi liburannya bersama keluarga teman-teman Jay. Setelah Jay mengungkapkan alasannya bersikeras memaksa Gloria untuk ikut berlibur adalah untuk menunjukkan ke teman-teman semasa sekolahnya bahwa Jay sudah bukan sosok yang menyedihkan seperti dahulu kala karena telah menikahi Gloria yang jauh lebih muda dan cantik, Gloria pun langsung setuju untuk ikut berlibur meskipun harus menaiki pesawat butut. “*So this is all about you parading me around like a trophy? Why don't you say so? I can be a trophy,*” adalah kalimat yang dilontarkan Gloria setelah mendengar penjelasan Jay. Ia merasa bangga dapat dijadikan sebagai “piala” untuk dipamerkan dan dibanggakan suaminya (Krishnamurty, 2019).



Gambar 1.3 Potret Jay Pritchett dan Gloria Delgado-Pritchett

Sumber: (Snierson, 2017)

Pesatnya perkembangan zaman membuat jangkauan media menjadi global. Berbagai outlet media *Hollywood* dapat dengan mudah dikonsumsi di seluruh dunia. Artinya, istilah “trophy wife” menjadi dikenal oleh orang-orang dari berbagai budaya dan negara. Globalisasi juga menyebabkan adanya homogenisasi budaya, di mana orang-orang di berbagai negara cenderung mempunyai ide dan nilai yang sama, termasuk mengenai konsep “trophy wife”. Hal ini tidak terlepas dari penyebaran bahasa Inggris yang menjadi jembatan pemahaman istilah bahasa Inggris seperti “trophy wife” untuk dikenal masyarakat dunia, termasuk Indonesia. (Ward & Grower, 2020).

Berbagai pembahasan mengenai perempuan yang ketika sudah menikah hanya menjadi istri yang sepenuhnya bergantung pada suaminya, bertentangan dengan apa yang ditampilkan dalam serial televisi Jepang berjudul *Full-Time Wife Escapist*, juga dikenal dengan *We Married as a Job* di platform menonton *streaming*. Serial televisi ini menampilkan seorang wanita yang menjadi istri karena alasan praktis, yakni pekerjaan dan stabilitas. Sosok Heroine (pemeran utama) memiliki tujuan hidupnya sendiri dan pada akhirnya mencari kemerdekaan, walaupun sudah dalam status pernikahan. Pernikahan yang mereka jalani juga menunjukkan kemitraan dan hubungan yang saling menguntungkan,

tidak hanya istri sebagai hiasan untuk suaminya. Jadi, meskipun cerita ini menampilkan seorang istri yang mengelola rumah tangga seperti pada peran istri tradisional, sang pemeran utama perempuan memiliki hak pilihan dan keinginan untuk pemenuhan dirinya sendiri (Nippon, 2018).

Indonesia sudah semakin terintegrasi dalam ekonomi dan budaya global, dibuktikan dengan masuknya berbagai informasi dan konsep dari budaya Barat yang akhirnya diserap oleh masyarakat Indonesia. Awalnya, konsep “trophy wife” masuk ke Indonesia melalui acara televisi *Hollywood* dan dipopulerkan oleh media sosial. Konsep “trophy wife” dengan mudah diterima oleh masyarakat Indonesia karena erat kaitannya dengan budaya patriarki, budaya yang lekat dengan masyarakat Indonesia (Apriliandra & Krisnani, 2020).

Budaya patriarki adalah sistem sosial di mana laki-laki memegang kekuasaan utama dan hak istimewa atas perempuan. Hal ini ditandai dengan dominasi laki-laki di berbagai aspek kehidupan; nilai yang selaras dengan konsep “trophy wife”. Dalam budaya patriarki, kesuksesan seorang laki-laki diukur dari kekayaan dan status sosialnya. Memiliki istri yang cantik dan lebih muda dapat dilihat sebagai simbol status, memperkuat gagasan bahwa laki-laki tersebut cukup sukses untuk menarik pasangan tersebut. Dalam konteks ini, istilah “trophy wife” digunakan untuk menonjolkan prestasi laki-laki. Budaya patriarki juga menekankan peran tradisional gender, di mana perempuan diharapkan untuk menjadi *caregiver* dan *homemaker*. Konsep “trophy wife” sesuai dengan ekspektasi peran perempuan, karena peran utama perempuan yang menjadi “trophy wife” adalah meningkatkan status sosial laki-laki dan memberinya pendampingan (Sakina & Aisah, 2017).

Perempuan di Indonesia sejak kecil telah diajarkan untuk mementingkan penampilan dengan bersolek agar bisa mendapat pasangan yang dapat memberikannya keamanan finansial. Kodrat perempuan untuk menikah dan menjadi istri sudah didoktrin sedari kecil. Para perempuan tidak dituntut untuk menimba ilmu karena intelektualitas bukanlah syarat menjadi istri, dan nantinya perempuan hanya perlu bergantung pada suaminya. Para perempuan di Indonesia

juga berlomba-lomba untuk menikah dengan laki-laki yang lebih tua dan mapan agar dapat meningkatkan status ekonominya. Di lain sisi, para laki-laki ditanamkan pikiran bahwa perempuan adalah ‘piala’ untuk dimenangkan dan didapatkan, karena akan berdampak pada status sosialnya (Apriliandra & Krisnani, 2020).

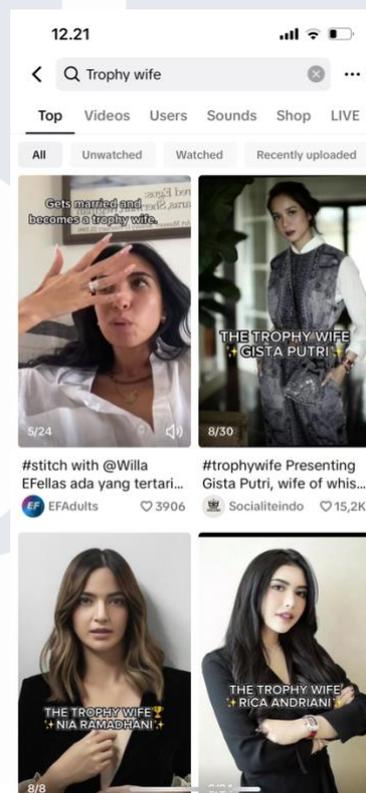
Kini, penyebaran istilah “trophy wife” semakin didukung dengan adanya media sosial. Masyarakat di era informasi erat kaitannya dengan media sosial, ruang publik yang memiliki ragam konten dan *influencers*. Mereka semua terhubung melalui media sosial dan pemahaman ataupun informasi terbaru mengenai konsep “trophy wife” tentunya dapat dengan cepat tersebar. Dalam media sosial, istilah “trophy wife” sering digunakan baik dalam percakapan santai maupun konteks berita formal, seperti liputan berita selebriti dan pernikahannya. Dengan demikian, membuat istilah ini terus beredar ke audiens yang lebih luas dan membuat masyarakat terbiasa dengan konsep “trophy wife” (Lubis, 2014).

Media sosial berperan dalam mempengaruhi perempuan untuk berkeinginan menjadi "trophy wife" atau untuk menyesuaikan diri dengan standar kecantikan dan gaya hidup tertentu yang berkaitan dengan konsep “trophy wife”. Platform media sosial dipenuhi dengan selebriti dan *influencers* yang mempromosikan materialisme dan konsumerisme, dengan menampilkan gaya hidup dan hubungan mewahnya. Orang-orang ini sering kali memiliki pasangan yang jauh lebih tua dan kaya, dan gaya hidup mereka yang glamor dapat menciptakan citra yang aspiratif. Para perempuan mungkin melihat hal ini dan ingin menirunya, termasuk menjadi "trophy wife" untuk mencapai gaya hidup serupa (Alatas & Sutanto, 2019).

Dalam media sosial juga beredar standar kecantikan konvensional seperti berpenampilan muda, langsing, dan cantik. Hal ini membuat para perempuan berusaha untuk memenuhi standar tersebut agar dapat meningkatkan peluang mereka mendapat pasangan yang kaya, pasangan yang menjadi jalan pintas mereka untuk memperoleh harta benda dan gaya hidup mewah yang diinginkannya. Platform media sosial juga dapat melanggengkan norma sosial dan

tekanan teman sebaya. Jika teman sebaya atau lingkaran sosial seorang perempuan mengagung-agungkan atau menginginkan menjadi sosok “trophy wife”, dia mungkin merasa terdorong untuk menyesuaikan diri dengan harapan-harapan ini untuk mendapatkan penerimaan atau pengakuan sosial (Ward & Grower, 2020).

Dengan maraknya berbagai tren di media sosial, tren “trophy wife” cukup digandrungi masyarakat, baik di Indonesia maupun di luar negeri. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya konten yang dibuat untuk meramaikan tren ini, baik di media sosial Instagram, Tiktok, ataupun X (dulu Twitter). Namun, tren “trophy wife” yang populer belakangan ini seakan memiliki pemaknaan berbeda, karena tidak sesuai dengan konotasi negatif yang awalnya melekat dengan istilah tersebut (Ward & Grower, 2020).



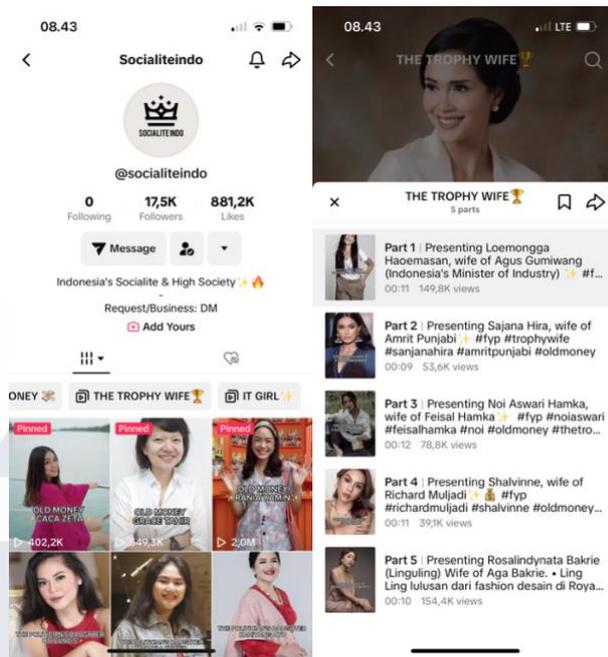
Gambar 1.4 Hasil Laman Pencarian “Trophy Wife” di TikTok

Sumber: TikTok (2023)

Penggambaran fenomena istilah “trophy wife” dapat dilihat dari kolom pencarian di media sosial TikTok yang langsung menampilkan ribuan konten berbasis video mengenai “trophy wife”. Salah satu akun TikTok yang secara spesifik mengunggah konten “trophy wife” adalah akun @socialiteindo. Akun dengan jumlah pengikut hampir 18 ribu ini, memiliki playlist berjudul “The Trophy Wife” yang berisikan video perempuan-perempuan Indonesia yang diberi gelar “trophy wife” olehnya.

Akun @socialiteindo merupakan akun yang dikelola secara pribadi sehingga konten yang dibuat bersifat objektif. Identitas pemilik akun ini tidak diketahui oleh publik. Para perempuan yang dilihat sebagai “trophy wife” melalui kaca mata pemilik akun ternyata disetujui oleh ribuan *followers*nya di TikTok. Unggahannya menuai belasan ribu *likes* dan beragam komentar yang meninggikan label “trophy wife”. Respons tersebut meliputi “*pengen ya jadi trophy wife*”, “*cape-cape kerja mending jadi trophy wife aja hidup enak*”, “*mau juga jadi trophy wife please,*” dari beberapa pengguna akun perempuan.

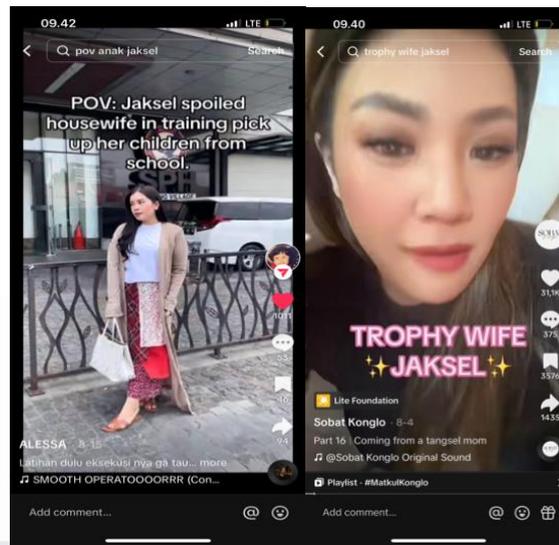
Akun @socialiteindo menampilkan sisi lain dari para “trophy wife” yang tidak hanya sekadar cantik belaka, tetapi juga memiliki keunggulan lain di bidang akademis maupun profesional sehingga mereka “layak” untuk dijunjung tinggi. Berdasarkan interaksi yang dilakukan oleh para perempuan *followers* akun @socialiteindo di video TikTok seputar “trophy wife”, mereka terlihat mendambakan para perempuan yang dianggapnya sebagai “trophy wife” karena gaya hidupnya yang glamor, bergelimang harta, dan dinilai sukses. Mereka menjadikan sosok “trophy wife” sebagai sebuah mimpi yang ingin digapai dalam hidup untuk menunjukkan kehebatannya sebagai seorang perempuan. Tidak hanya itu, mereka juga turut berpartisipasi dalam membuat tren seputar “trophy wife” bernuansa positif dengan versinya masing-masing. Hal ini menarik untuk dipelajari lebih lanjut karena opini mereka tidak mencerminkan stigma negatif yang melekat pada istilah “trophy wife” secara historis.



Gambar 1.5 Laman TikTok akun @socialiteindo (kiri) dan Playlist "The Trophy Wife" (kanan)

Sumber: TikTok (2023)

Selanjutnya, banyak pula konten seputar istilah “trophy wife” yang menggambarkan *point of view* ketika perempuan menjadi “trophy wife” seperti yang dibuat oleh pengguna akun TikTok @sobatkonglo dan @alessa. Konten-konten ini menghilangkan definisi “trophy wife” yang menjadikan perempuan sebagai objek dan komoditas, serta menurunkan martabat dan nilai perempuan (Bell, 2013). Namun begitu, konten bertemakan “trophy wife” menjadi konten yang digemari oleh masyarakat khususnya perempuan. Hal ini dapat dilihat dari jumlah *likes* yang mencapai puluhan ribu dan jumlah *shares* yang mencapai ribuan.



Gambar 1.6 Video TikTok @alessa (kiri) dan Video TikTok @sobatkonglo (kanan)

Sumber: TikTok (2023)

Istilah “trophy wife” dilihat dari beragam konten yang terdapat di media sosial telah mengalami pergeseran arti dan makna seiring dengan perkembangan waktu dan teknologi. Banyak perempuan di media sosial yang terang-terangan membuat konten yang menyatakan keinginannya menjadi “trophy wife” ataupun melabeli dirinya dengan predikat “trophy wife”. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini konsep “trophy wife” dianggap sebagai hal yang positif dan bahkan aspiratif bagi para perempuan (The Guardian, 2015).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang ada, rumusan masalah yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah bagaimana pemaknaan perempuan *followers* akun gaya hidup sosialita yang berpartisipasi dalam membuat tren “trophy wife” dalam menanggapi istilah “trophy wife”. Istilah ini muncul di tengah kehidupan interaksi sosial, dan di tengah berjalannya misi para perempuan yang aktif berpartisipasi untuk mencapai tujuan kesetaraan gender di berbagai wadah media. Pernyataan dan persepsi mengenai perempuan seringkali disalahartikan, bahkan perempuan diberikan istilah “trophy wife” yang memiliki konotasi negatif karena merendahkan perempuan. Perkembangan media berperan penting dalam

mempopulerkan istilah “trophy wife” dalam budaya populer hingga masuk ke Indonesia. Istilah ini dapat diterima dengan baik di Indonesia karena selaras dengan budaya patriarki yang telah lama hidup di tengah masyarakatnya. Saat ini, adanya media sosial semakin menyebarkan istilah “trophy wife” dengan menjadikannya sebuah tren yang viral seperti yang dilakukan oleh akun TikTok @socialiteindo. Akun dengan ribuan *followers* ini memunculkan anggapan “trophy wife” sebagai konsep positif yang didambakan oleh kaum perempuan. Oleh karena itu, fenomena ini menjadi sesuatu yang lebih menarik karena penelitian ini ingin mencari tahu lebih dalam mengenai bagaimana para perempuan memaknai istilah “trophy wife” dari dalam dirinya sendiri.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian yang dapat dirumuskan adalah “bagaimana perempuan *followers* @socialiteindo memaknai istilah “trophy wife”?”

1.4 Tujuan Penelitian

Berkesinambungan dengan pertanyaan penelitian di atas, dapat ditarik satu tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pemaknaan perempuan *followers* akun gaya hidup sosialita mengenai istilah “trophy wife”.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Peneliti berharap agar penelitian ini mampu menjadi referensi maupun inspirasi baru sebagai dasar penelitian berikutnya di bidang akademis mengenai komunikasi gender, komunikasi massa, perkembangan feminisme, ketidaksetaraan gender, dan ketidaksetaraan sosial yang dikemas dalam perspektif media.

1.5.2 Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat membuka jendela baru bagi komunitas perempuan maupun non-perempuan untuk melihat pemaknaan mengenai konsep feminisme serta konsep non-feminisme.

- b. Peneliti berharap dapat memberikan kontribusi sebagai landasan akademis terhadap konsep feminisme, gender, dan sosial bagi Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) maupun institusi sosial melalui penelitian ini.
- c. Peneliti berharap partisipan dapat menambah wawasan baru dan memiliki pemaknaan yang sesuai akan konsep “trophy wife”.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan baru yang utuh mengenai aspirasi dan hak pilihan wanita, menantang stereotip tentang “trophy wife” yang hanya sekadar hiasan, serta menganalisis dampak media sosial terhadap nilai-nilai masyarakat.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Referensi dari istilah “trophy wife” sangat terbatas dan sulit untuk ditemukan secara komprehensif. Selain itu, peneliti mengalami kesulitan dalam menemukan partisipan untuk diwawancarai karena kebanyakan perempuan menggunakan akun media sosial dengan nama samaran dan tidak menampilkan identitas pribadinya.